観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年　７月　３１日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	広域連携ＤＭＯ･地域連携ＤＭＯ･(地域ＤＭＯ)	
観光地域づくり法人の名称	（一社）和歌山市観光協会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 和歌山県和歌山市	
所在地	和歌山県和歌山市	
設立時期	昭和２８年４月１日（平成２８年１１月１日一般社団法人化）	
事業年度	４月１日から翌年３月３１日までの１年間	
職員数	１３人【常勤３人（派遣３人（和歌山市））、非常勤３人、賃金７人】	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者） ※必ず記入すること	（氏名） 尾花　正啓 （出身組織名） 和歌山市	和歌山市長として、また和歌山市観光協会の会長として地域の観光振興を牽引している。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（ＣＭＯ：チーフ・マーケティング・オフィサー ※必ず記入すること	（氏名） 庄礼　美宝「専従」 （出身組織名） 和歌山市観光課	旅行会社で約１４年間の勤務経験があり、和歌山市観光課の非常勤職員として、５年間観光統計業務に従事。令和２年４月より一般社団法人和歌山市観光協会で、会計補助とマーケティングを担当。旅行会社勤務の経験と行政の観光統計業務の経験から観光地域マーケティングについて知見と能力を持つ。

様式１

財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） ※必ず記入すること	（氏名） 上山　直樹「専従」 （出身組織名） 和歌山市観光協会	一般社団法人化以前から観光協会で会計や収益事業等に従事し、行政職員や協会会員とのつながりも深く、現在も会計を主としながら、特に物販や土産品センターなど、安定した収益基盤の確立に努めている。
プロモーションの責任者（専門人材） ※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右横に「専従」と記入すること	（氏名） 古田　かおり「専従」 （出身組織名） 和歌山市観光協会	観光協会の運営する観光案内所で従事していた経験を活かし、お客様ニーズに合わせたプロモーションに取り組んでいる。
旅行商品の造成･販売の責任者	（氏名） 黒江　政博「専従」 （出身組織名） 和歌山市商工振興課	和歌山市からの派遣職員。商工振興課での勤務経験から地域内の事業者に人脈があり、着地型の体験商品を中心とした旅行商品の造成・販売に取り組んでいる。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	和歌山市観光課（観光振興）　広報広聴課・国際交流課（情報発信） 企画政策課（統計）　交通政策課（地域公共交通） 商工振興課（商工業）　農林水産課（農林漁業） スポーツ振興課（スポーツ）　文化振興課（文化振興） 和歌山城整備企画課（資源連携）　都市再生課（まちづくり） 和歌山県観光振興課（観光振興）　観光交流課（情報発信）	
連携する事業者名及び役割	和歌山県観光連盟、和歌山商工会議所、和歌山大学（観光振興） ㈱ＪＴＢ、㈱近畿日本ツーリスト関西、㈱日本旅行 TiS、東武トップツアーズ㈱、㈱南海国際旅行、名鉄観光サービス㈱、㈱リクルートライフスタイル、協同組合和歌山県旅行業協会（着地型旅行商品造成・販売協力） 磯の浦観光協会、加太観光協会、紀三井寺観光協会、和歌の浦観光協会、和歌山ホテル協議会、雑賀崎漁業協同組合、和歌浦漁業協同組合、わかやま農業協同組合（着地型旅行商品造成） 和歌山市物産振興協会（産業振興、土産品開発）、ＪＲ西日本、南海電気鉄道、和歌山電鉄、和歌山バス（アクセス改善） 市内タクシー、バス事業者（二次交通改善）	
官民･産業間･地域間との持続可能な連携を図るための合	【該当する登録要件】 観光地域づくり法人が主導して行政や関係団体をメンバーとするワーキンググループなどの委員会等を設置 （概要）母体である観光協会は、和歌山市内の宿泊・交通・飲食等の観光関連事業者・行政職員を会員として組織されている。各業種の代表者数名で構成される理事会を設置し、会長である和歌山市長や関連の行政職員も出席し、業種ごとの現状聴	

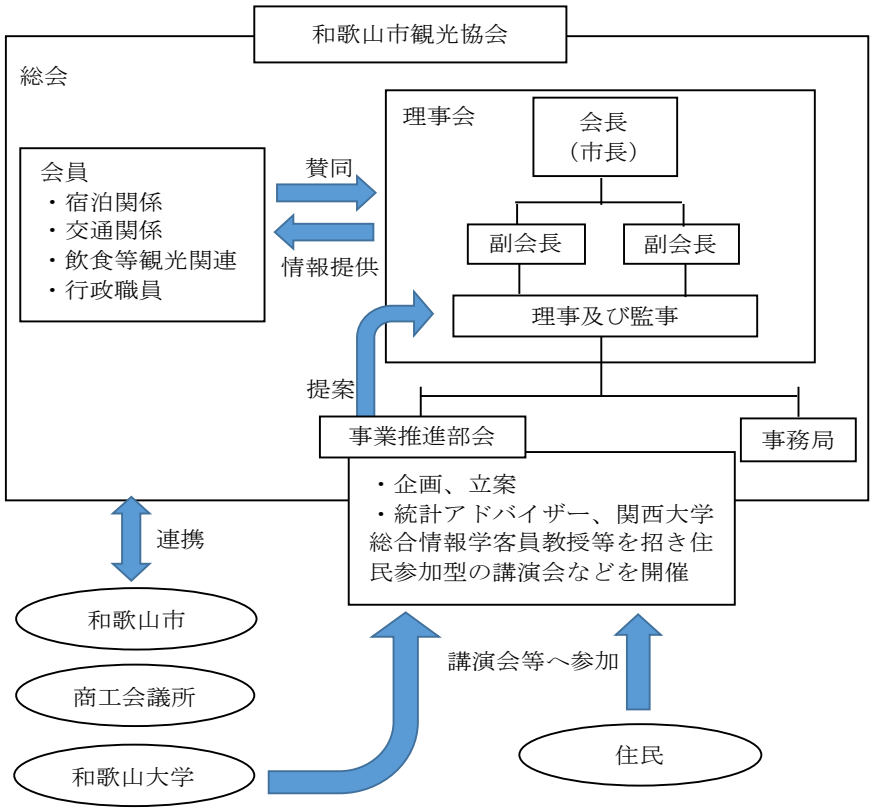
様式１

<table>
<tr><td>意形成の仕組み</td><td>取や観光に関する提案について議論や検討を行う場となっている。また、法人内で、宿泊事業者が中心となり事業推進部会を組織し、法人予算の有効的な活用方法、マーケティングや滞在型誘客事業の企画・立案を行っている。</td></tr>
<tr><td>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</td><td>事業推進部会の企画で住民参加型のワークショップや講演会を開催し、観光産業関係者だけでなく、学生や一般市民にも広く声をかけ、本市の観光地域づくりとしての人材育成を図るほか、特に将来の本市観光振興に必要と思われる人材には、協会事業への参画を促すなど、主に若手人材の発掘を行っている。</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>【活動の概要】
<table>
<tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr>
<tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>【令和元年度誘客対策事業】
・ファムトリップの実施
・ＳＮＳやＷＥＢを活用した情報発信
・国内商談会への参加
・市内・国内物販イベントへの参加
・観光周遊促進として市内の体験・飲食クーポンの開発・販売
【令和２年度誘客対策事業】
・ＳＮＳやＷＥＢを活用した情報発信
・市内・国内物販イベントへの参加
・周遊クーポンの作成・販売による市内事業者の PR
・「誘客多角化等のための魅力的な滞在コンテンツ造成」実証事業の採択により体験型観光商品の PR 動画を作成し YOUTUBE で配信
【令和３年度誘客対策事業】
・ＳＮＳやＷＥＢを活用した情報発信
・市内・国内物販イベントへの参加
・周遊クーポンの作成・販売による市内事業者の PR
【令和４年度誘客対策事業】
・ＳＮＳやＷＥＢを活用した情報発信
・市内・国内物販イベントへの参加
・和歌山市内観光地にアート作品を設置し、誘客並びに滞在長期化を図る事業「アートで結ぶ和歌山市」において、アート作品の PR 動画を作成し観光協会ホームページで配信
【令和５年度誘客対策事業】
・ＳＮＳやＷＥＢを活用した情報発信
・市内・国内物販イベントへの参加
・「アートで結ぶ和歌山市」において作品ガイドを制作。その他、SNS および WEB にて有料広告を配信。
・「和歌山市観光ラジオ事業」を実施。Ｕターンや Ｉターン移住者をゲストに招き、和歌山市のどのようなところに魅</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

		力を感じているかなどの声をラジオを通じて地域住民向けに発信。 【令和６年度誘客対策事業】 ・ＳＮＳやＷＥＢを活用した情報発信 ・市内・国内物販イベントへの参加 ・講師を招き集客のための実践的な勉強会を実施 ・新たな観光ポータルサイトの構築	
	受入環境の整備	【令和元年度観光案内所運営事業】 ・市内２ヵ所の観光案内所の運営 ・レンタサイクル ・手荷物一時預かり 【令和２年度観光案内所運営事業】 ・市内２ヵ所の観光案内所の運営 ・レンタサイクル ・手荷物一時預かり ・案内所の感染症対策 【令和３年度観光案内所運営事業】 ・市内２ヵ所の観光案内所の運営 ・レンタサイクル ・手荷物一時預かり 【令和４年度観光案内所運営事業】 ・市内２ヵ所の観光案内所の運営 ・レンタサイクル ・手荷物一時預かり 【令和５年度観光案内所運営事業】 ・市内２ヵ所の観光案内所の運営 ・レンタサイクル ・手荷物一時預かり 【令和６年度観光案内所運営事業】 ・市内２ヵ所の観光案内所の運営 ・レンタサイクル ・手荷物一時預かり	
	観光資源の磨き上げ	【令和元年度体験型観光商品開発事業】 市内中心部にある和歌山城の歴史にちなんだ体験型観光商品の開発を行い、８商品を開発した。令和２年度より販売開始 【令和２年度「誘客多角化等のための魅力的な滞在コンテンツ造成」実証事業】 和歌山大学観光学部の学生と専門家による既存体験商品の磨き上げを実施。また、学生による新規体験型観光商品の造成及びガイド付きサイクリングツアーの新規造成。 【令和３年度「地域の観光資源の磨き上げを通じた域内連携促進に向けた実証事業」】 和歌山市の漁業を活用 【令和４年度】 ・前年の取組で得られた漁業関係者や有名シェフとの繋がりを活かして更なる観光資源磨き上げのため「第２のふるさ	

		とプロジェクト」モデル実証事業、観光再生・拡大に向けた文化観光コンテンツの充実事業にそれぞれ応募するも不採択。 ・前年までに造成したコンテンツを地域の事業者と共に見直し、更なる磨き上げを行い、コンテンツを追加した。 【令和５年度】 「インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成支援事業」 ・漁師からシェフ共に選んだ魚をレストラン貸切でディナーとして堪能できる体験 ・総本山金剛峯寺の精進料理を学び、瞑想により高野山の魅力に触れることのできる体験 以上２件の体験を新規造成。 【令和６年度】 ・和歌山城のお堀でのナイトクルーズ体験を新規造成
	【定量的な評価】 プロモーションに関しては、収益事業に関連するメディア等への紹介や動画配信等を実施。ウェブサイトを中心に随時イベント等の情報を掲載し、フェイスブック及びインスタグラムにより配信している。また、和歌山市観光発信人にイベントや体験商品の情報を提供し、各自の分野での市内外に向けた情報発信を依頼している（観光発信人事業は、R5 年度から和歌山市観光課へ移管）。 観光案内所については、観光案内やレンタサイクルを行っている。レンタサイクルについては R5 年度に比べ、貸出件数が 89.5%に減少している。 体験型観光商品の売上については増加している（R5:526 人　944,700 円、R6:818 人 1,556,200 円）。一方、催行される商品の偏りも依然として見られることから、今後も商品を検証し顧客のニーズに合った商品となるように、ブラッシュアップを続ける必要がある。	
実施体制 ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。	**【実施体制の概要】** （一社）和歌山市観光協会は、宿泊事業者、交通事業者、飲食等の観光関連事業者、行政職員を会員にもっており、各業種の代表者数名を理事として理事会を設置している。理事会においては関連の行政職員も出席し、各業種の側面からの意見交換や議論を行い官民が密接に連携した運営を行っている。また、宿泊事業者が中心となり組織した事業推進部会では、外部の有識者からの意見を参考に滞在型誘客や地域づくりの企画・提案を行っており、理事会では事業推進部会の企画を審議事項に加えることで、地域の意見を施策に反映する体制をとっている。 （実施体制図）	

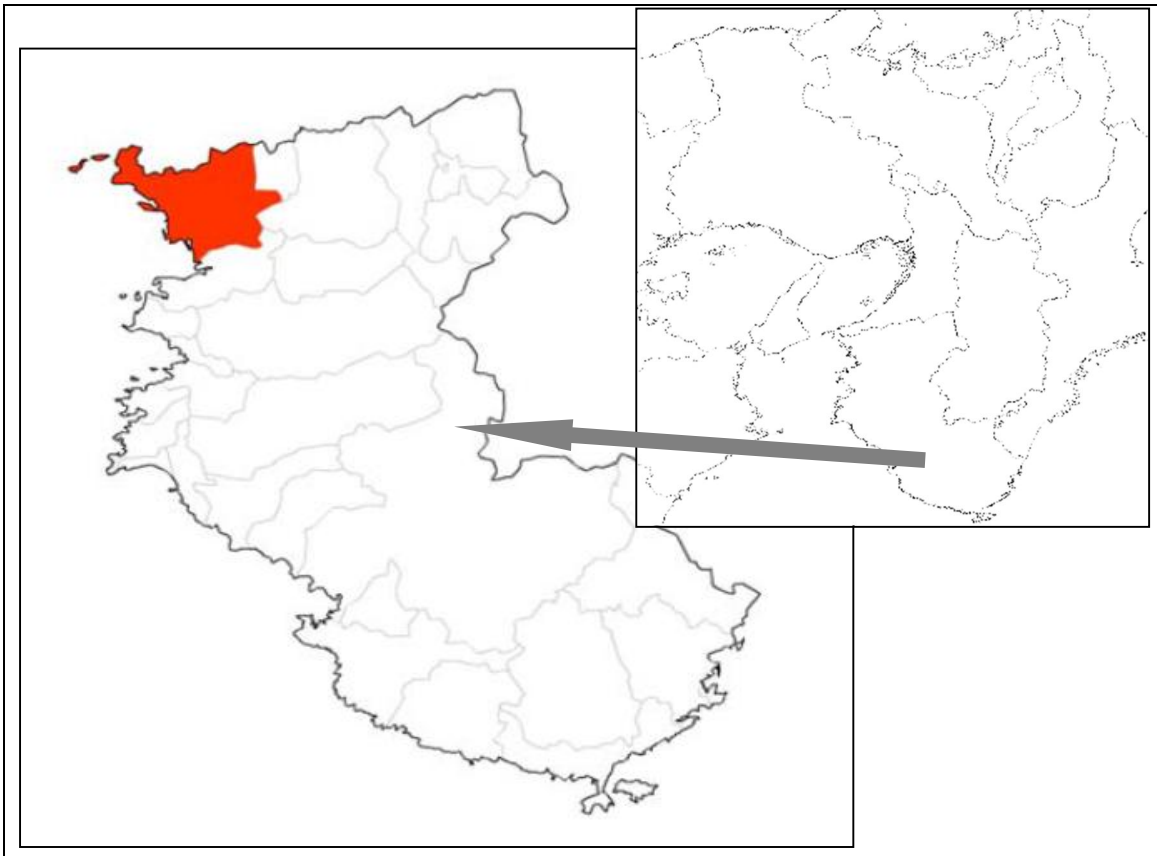
様式１



２．観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】

様式１



【区域設定の考え方】

これまで昭和２８年の設立以来、和歌山市観光協会は、本市全域の観光振興を図ってきた。本市の魅力ある観光資源は、一つ一つの歴史が深いが、一点に集中しておらず、各地域に点在している。近年、本市内の和歌浦地域と加太地域がそれぞれ歴史によるストーリーで日本遺産の認定を受けており、和歌山城を初めとする歴史や自然を売りにしている当協会のコンセプトとも一致していることから、点と点を線で結び、面的な観光振興を図るため、本市全域を区域設定とするのが適切である。

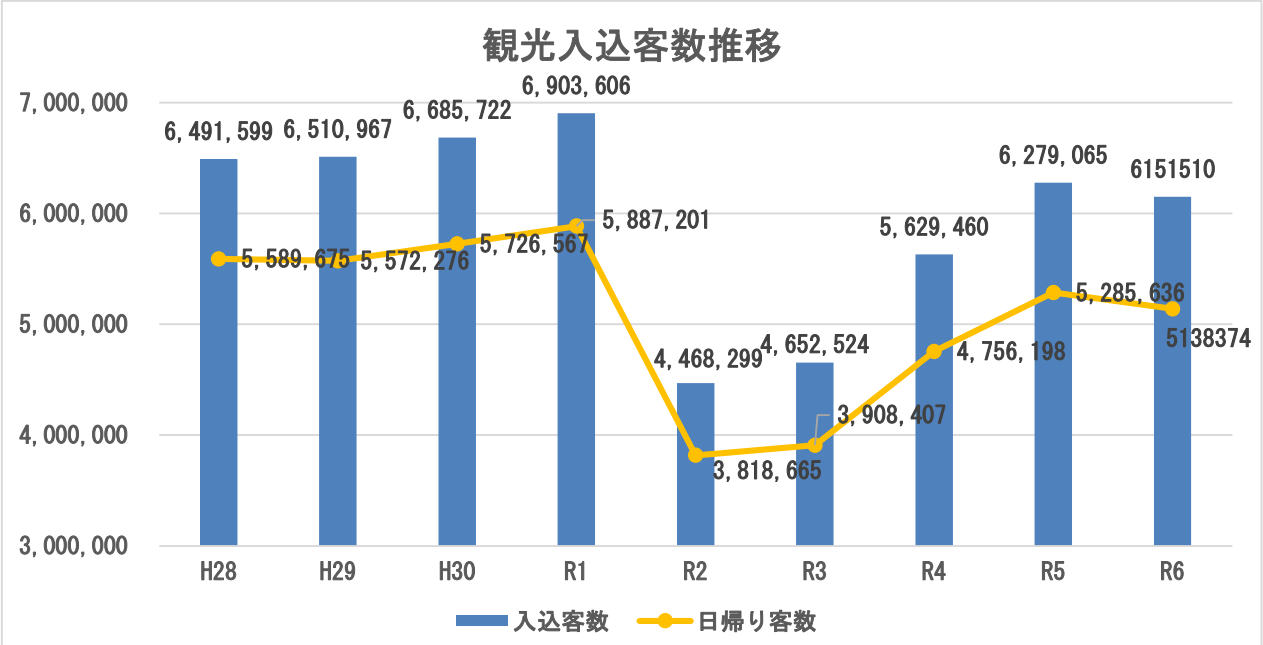
【観光客の実態等】

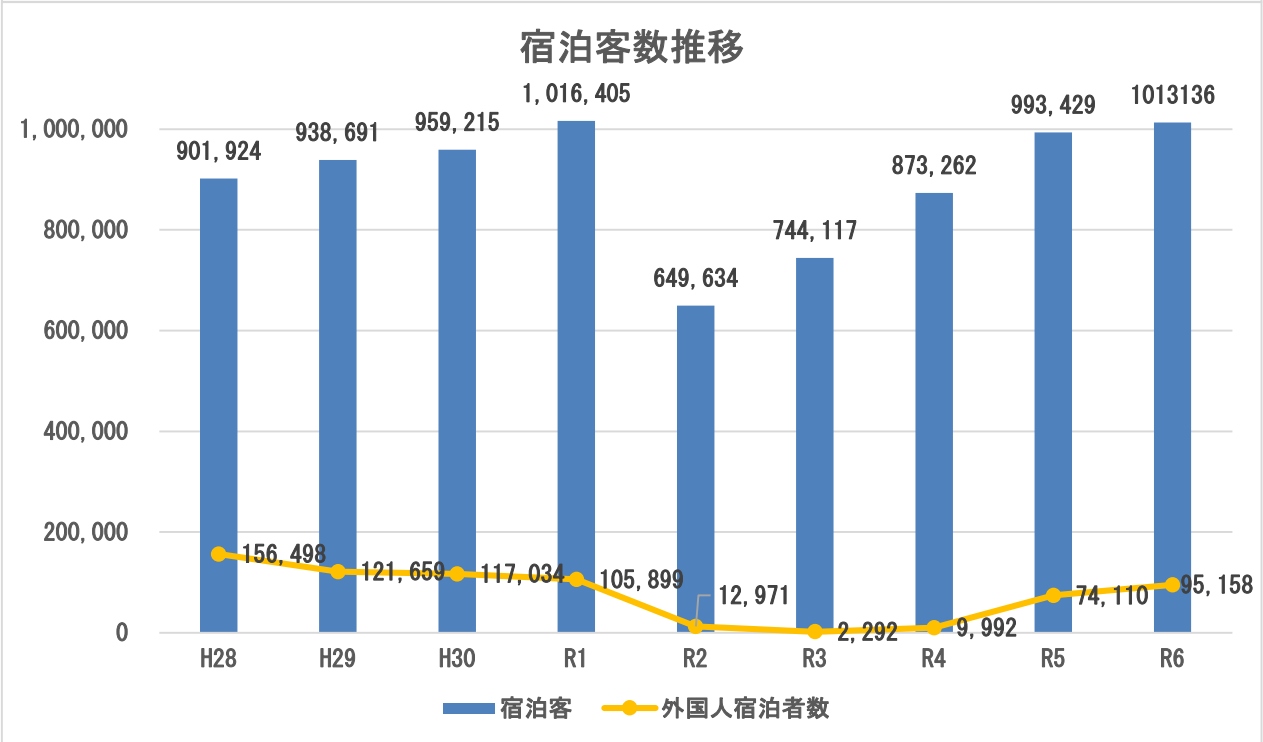
和歌山市の近年の観光入込客数は、日帰り客数、宿泊客数とも、増加傾向が続いている。外国人宿泊客数は平成２８年をピークに減少傾向にあるが、これは、外国人観光客急増に伴う京阪神の宿泊施設の不足によって一気に増加した本市の宿泊需要が、大阪府などの宿泊施設増加により、減少、平常化してきたものと捉えられる。一方で、宿泊客数全体の数値は増加しており、観光消費額の面から見ても、外国人宿泊客数の減少による影響を、国内観光客の増加によりカバーすることができていると見られる。

宿泊客の発地別内訳では、大阪からの宿泊客が最も多く、関東・甲信越、外国人と続くことから、京阪神をターゲットに国内観光客の増加を図る。

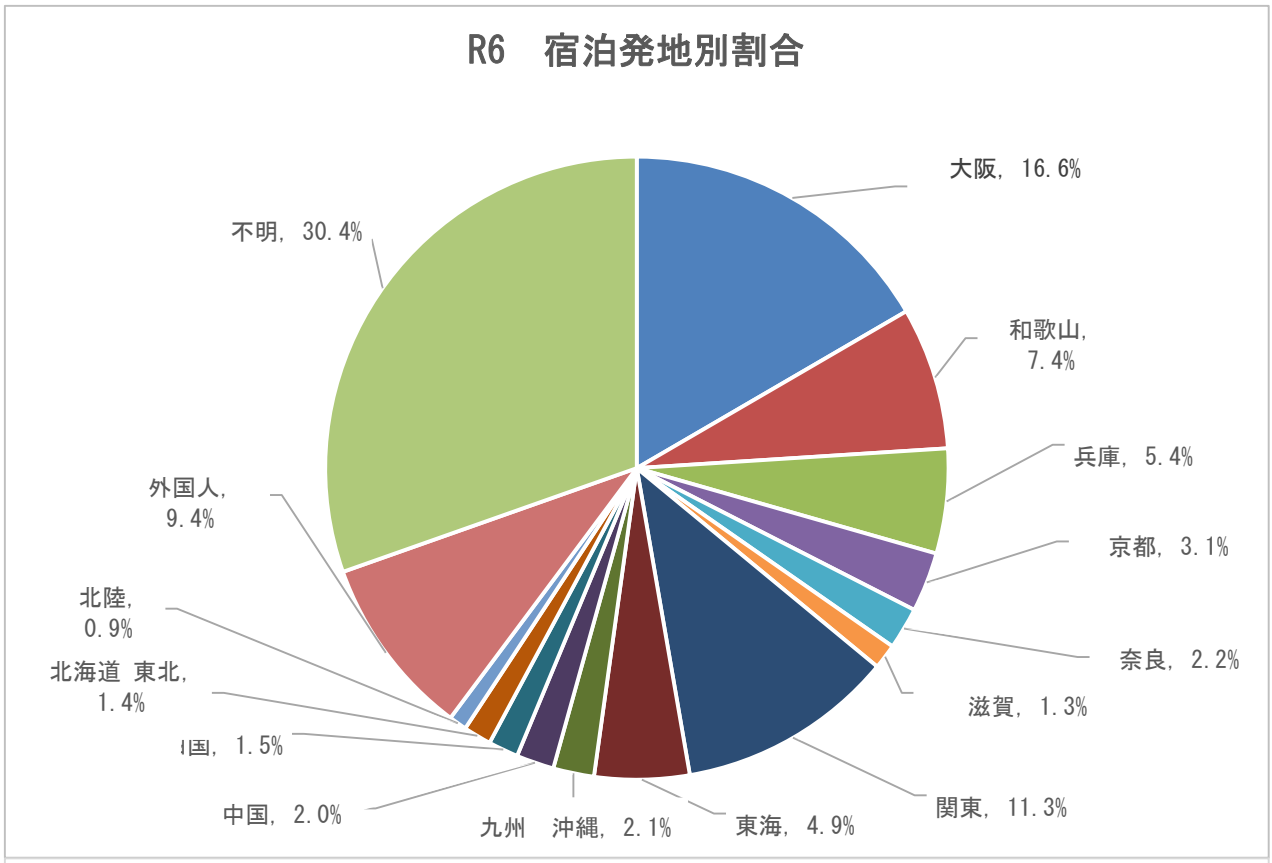
外国人については、約７割が中国・香港からとなっており、外国人宿泊客数全体から見ても８割以上をアジア圏の国が占め、中国・アジア圏の需要の高さが伺える反面、欧米豪の需要は未だ少ない現状にある。和歌山県内には欧米人の需要が高い高野山や熊野古道などの世界遺産コンテンツがあるため、時代背景を同じくする和歌浦や加太が日本遺産に登録されたことと、本市が和歌山県の玄関口であることを表に出すことで、欧米豪の観光客を呼び込める可能性がある。

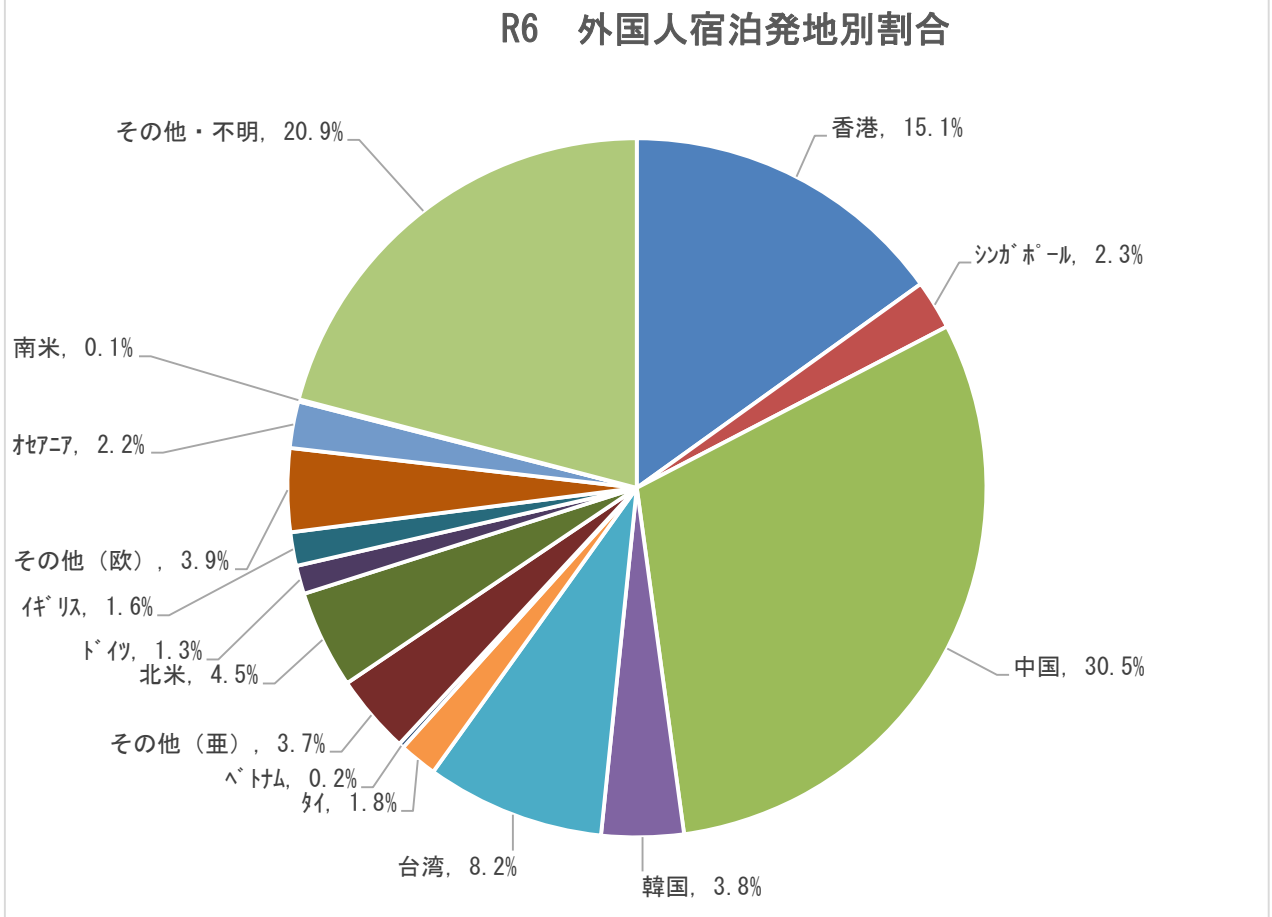
様式１


観光入込客数推移
7, 000, 000
6, 000, 000
5, 000, 000
4, 000, 000
3, 000, 000
6, 491, 599
6, 510, 967
6, 685, 722
6, 903, 606
4, 468, 299
4, 652, 524
5, 629, 460
6, 279, 065
6151510
5, 589, 675
5, 572, 276
5, 726, 567
5, 887, 201
3, 818, 665
3, 908, 407
4, 756, 198
5, 285, 636
5138374
H28
H29
H30
R1
R2
R3
R4
R5
R6
入込客数
日帰り客数


宿泊客数推移
1, 000, 000
800, 000
600, 000
400, 000
200, 000
0
901, 924
938, 691
959, 215
1, 016, 405
649, 634
744, 117
873, 262
993, 429
1013136
156, 498
121, 659
117, 034
105, 899
12, 971
2, 292
9, 992
74, 110
95, 158
H28
H29
H30
R1
R2
R3
R4
R5
R6
宿泊客
外国人宿泊者数

様式１


R6　宿泊発地別割合
大阪，16.6%
和歌山，7.4%
兵庫，5.4%
京都，3.1%
奈良，2.2%
滋賀，1.3%
関東，11.3%
東海，4.9%
沖縄，2.1%
九州
中国，2.0%
四国，1.5%
北海道 東北，1.4%
北陸，0.9%
外国人，9.4%
不明，30.4%


R6　外国人宿泊発地別割合
香港，15.1%
ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙ，2.3%
中国，30.5%
韓国，3.8%
台湾，8.2%
ﾀｲ，1.8%
ﾍﾞﾄﾅﾑ，0.2%
その他（亜），3.7%
北米，4.5%
ﾄﾞｲﾂ，1.3%
ｲｷﾞﾘｽ，1.6%
その他（欧），3.9%
ｵｾｱﾆｱ，2.2%
南米，0.1%
その他・不明，20.9%

様式１

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

ジャンル	観光資源
自然・公園	中心部　：和歌山城公園 北部地域：加太海水浴場、磯の浦海水浴場、深山ハイキングコース、和歌山北港魚釣り公園、西ノ庄ふれあいの郷 南部地域：片男波海水浴場、浪早ビーチ、浜の宮ビーチ、雑賀崎シーパーク、和歌浦漁港、雑賀崎漁港、奠供山、妹背山、高津子山、名草山、雑賀崎灯台 東部地域：四季の郷公園、大池遊園 など
文化・歴史	中心部　：和歌山城、報恩寺、恵運寺、無量光寺、刺田比古神社、勝海舟萬居地、南方熊楠生誕地、岡山の時鐘堂、徳川吉宗生誕地、県立博物館、市立博物館,有吉佐和子記念館 北部地域：淡島神社、加太春日神社、大師堂、阿字ヶ峰役行者堂、序品窟、観念窟、深蛇池、閼伽井跡、神島、剣池、常行寺、友ヶ島、深山砲台跡、木の本八幡宮 南部地域：紀三井寺、紀州東照宮、和歌浦天満宮、玉津島神社、万葉館、観海閣、不老橋、蓬莱岩、番所庭園、養翠園、湊御殿 東部地域：紀伊風土記の丘、旧中筋家住宅、日前宮、竈山神社、伊太祁曽神社、足守神社、津秦天満宮、熊野古道（紀伊路）、本願寺鷺森別院、矢宮神社、塩竈神社、太田城址、平井城址 など
その他観光	中心部　：和歌山ブルース歌碑、西本ビル、天然温泉 北部地域：南海加太線（めでたいでんしゃ）、天然温泉 南部地域：和歌山マリーナシティ、天然温泉 東部地域：わかやま電鉄貴志川線（猫駅長、いちご電車、たまミュージアム号、たま電車、うめ星電車）、天然温泉 など
食	和歌山ラーメン、徳川献上料理、グリーンソフト、和歌浦せんべい、アシアカエビ、わかしらす、加太のマダイ、和歌山ジンジャーエール、鯛 など
イベント	中心部　：おどるんや紀州よさこい祭り、紀州おどり「ぶんだら節」、湊まつり花火大会、和歌山城市民茶会、商工まつり、菊花展、孫市まつり 北部地域：雛流し、甘酒祭、針供養、えび祭、木ノ本の獅子舞 南部地域：和歌祭、和歌山ジャズマラソン、桜まつり、玉津島神社例祭、塩竈神社例祭、初天神、天神祭、千日詣、開山忌、初観音 東部地域：茅輪祭、日前宮薪能、日前宮例大祭、団七踊、木祭り、伊太祁曽神社例祭、卯杖祭 など

●観光資源の活用方法

和歌浦地域や加太地域に点在していた自然・文化・歴史施設は、両地域に「絶景の宝庫　和歌の浦」、「葛城修験－里人とともに守り伝える修験道はじまりの地」という日本遺産の歴史ストーリーが認定され、地域の歴史・文化に対する機運が高まっている。紀三井寺が日本遺産「１３００年つづく日本の終活の旅～西国三十三所観音巡礼～」の２番札所であることも併せて、日本遺産に係る

ストーリーを生かし、地域のステークホルダーと共にこれらの地域を磨きあげていく。また、東部地域においても、令和２年７月に四季の郷公園に道の駅が完成した。四季の郷公園と、猫が駅長を務める和歌山電鐵は、ファミリーで楽しむことのできる施設・交通機関であり、高速道路からのアクセスも良いため、鉄道のみならずマイカーでの誘客も見込まれる。これにより、和歌山城が存在する中心部と和歌浦地域、加太地域、東部地域が一体となり様々なお客様のニーズに合った受け入れ体制づくりに取り組んでいく。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

エリア		ホテル	旅館	民宿	その他	計
市街地	件数	26	6	2	24	58
	室数	2,416	220	6	232	2,874
	定員	3,850	470	11	646	4,977
和歌浦	件数	2	5	2	4	13
	室数	124	106	4	46	280
	定員	367	516	20	232	1,135
加太	件数	1	3	5	10	19
	室数	30	81	36	122	269
	定員	60	363	107	469	999
計	件数	29	14	9	38	90
	室数	2,570	407	46	400	3,423
	定員	4,277	1,349	138	1,347	7,111

【利便性：区域までの交通、域内交通】

●区域までの交通

電車

〈大阪方面から〉

JR 阪和線　新大阪駅から和歌山駅まで　約 1 時間（特急利用）

南海本線　難波駅から和歌山市駅まで　約 1 時間

〈奈良方面から〉

JR 大和路線・阪和線　奈良駅から和歌山駅まで　約 1 時間 50 分（特急利用）

〈南紀方面から〉

JR きのくに線　白浜駅から和歌山駅まで　約 1 時間 20 分（特急利用）

JR きのくに線　新宮駅から和歌山駅まで　約 3 時間（特急利用）

車

〈大阪方面から〉吹田 JCT から和歌山 IC まで　約 1 時間

〈京都方面から〉京都南 IC から和歌山 IC まで　約 1 時間 30 分

〈神戸方面から〉京橋 IC から和歌山 IC まで　約 1 時間 30 分

〈奈良方面から〉天理 IC から和歌山 IC まで　約 1 時間 10 分

飛行機

〈関西国際空港から〉

JR 阪和線　日根野駅で乗り換え、和歌山駅まで　約 45 分

南海本線　泉佐野駅で乗り換え、和歌山市駅まで　約 45 分

リムジンバス　関西国際空港から JR 和歌山駅まで　約 40 分

〈大阪国際空港（伊丹）から〉

高速バス　大阪国際空港（伊丹）から JR 和歌山駅まで　約 2 時間

フェリー

〈徳島方面から〉

南海四国ライン　徳島港から和歌山港まで　約 2 時間

●域内交通

鉄道は、ＪＲ和歌山駅を中心にＪＲ阪和線、ＪＲ紀勢本線、ＪＲ和歌山線、わかやま電鉄貴志川線が連絡し、南海電鉄和歌山市駅を中心に南海本線、南海加太線、南海和歌山港線、ＪＲ紀勢本線が連絡している。

バス網は、ＪＲ和歌山駅と南海和歌山市駅を主要ターミナルとして、路線バスが市域及び周辺市と連絡している。

【外国人観光客への対応】

和歌山市と連携し、ファムトリップや商談会への参加などによる外国メディア、旅行エージェントへの対応をおこなうほか、ＷＥＢを利用した外国人向け情報発信を積極的に行い、本市への誘客に努めている。また、観光案内所に外国語での対応が可能なスタッフを配置し、外国人観光客への直接的な案内をすることで、ホスピタリティを向上させることや、外国人向け体験型商品の開発・販売により和歌山市の歴史・文化を知ってもらうとともに、滞在時間の増加とリピーターの獲得に努めている。

３．各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	和歌山県観光統計調査を基にした市の算出値・宿泊者アンケート

延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	市の調査（各宿泊施設に調査）
来訪者満足度	来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	観光客実態調査・宿泊者アンケート
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	観光客実態調査・宿泊者アンケート
ＷＥＢサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	Google アナリティクスの活用
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため。	市の市政世論調査
ＳＮＳフォロワー数	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	アカウント管理

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

和歌山市では、若者の県外流出による人口減少が進んでおり、それに伴う少子高齢化の進展は、地域経済の縮小などの問題を生じさせ、近い将来、地域内での経済循環を保つことが困難になってくることが予想される。そのような現状を打開し、本市経済を活性化させるため、官民一体となって地域の魅力的な資源を最大限に活用し、外貨獲得の手段としての観光産業の振興を図る必要がある。（一社）和歌山市観光協会は観光地域づくり法人として、その中核を担い、本市経済の維持・発展のための目標やその実現に向けた方向性を明確にし、観光によるまちづくりを進めるものである。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	**強み（Strengths）** ・魅力ある観光資源（和歌山城、和歌山電鐵、海水浴場、加太（友ヶ島）、温泉（市内全域１４カ所）、神社仏閣等、和歌山マリーナシティ（テーマパーク） ・３つの日本遺産（「絶景の宝庫和歌の浦」（和歌浦エリア）、「１３００年つづく日本の終活の旅～西国三十三所観音巡礼～ 」（紀三井寺）、「葛城修験－里人とともに守り伝える修験道はじまりの地」（加太エリア） ・豊かな自然と近海で獲れる新鮮な魚	**弱み（Weaknesses）** ・マーケティングデータの取得と活用が不足 ・きめ細かな戦略策定不足 ・ブランディング力の弱さ ・戦略に基づいたプロモーションの不足 ・同地域内での競争意識
外部環境	**機会（Opportunity）** ・大阪の中心地から車で１時間、「関空」から４０分という好立地 ・周辺にも魅力ある観光資源（和歌山県内：高野山、熊野古道、白浜温泉　和歌山県外：京都、大阪、奈良等） ・京奈和自動車道の整備による交通利便性の向上 ・２０２５年大阪万博の開催	**脅威（Threat）** ・立地の良さが宿泊につながらない ・熊野古道、白良浜、大阪等の周辺観光資源のブランド力の強さ ・地域間をつなぐ２次交通の不足 ・Wifi 環境やインバウンド対応施設の不足 ・人材不足による事業実施速度の低下と機会の損失

※上記に加え、ＰＥＳＴ分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。

（３）ターゲット

○第１ターゲット層 ○国内　京阪神で和歌山市に宿泊可能なアクティブシニア・ファミリー・女性 ○海外　中国、香港・台湾を中心とした東南アジアの３０～５０代
○選定の理由 ○国内　宿泊発地割合を分析したところ、京阪神からのお客様が多いため。 ○海外　中国・香港・台湾からが約７割を占めているため。 ○取組方針 リピーター獲得のため、各地域の食を含む観光資源を分析結果に基づいた顧客のニーズに合った磨き上げを行い提供する施策に取り組む。
○第２ターゲット層 ○国内　関西圏外（特に首都圏）で和歌山市に宿泊可能な熟年・ファミリー・女性 ○海外　ヨーロッパ・豪州の長期滞在層
○選定の理由 ○国内　首都圏や関西圏外の宿泊シェアが低く、今後の伸びしろが期待できる。（令和元年実績：関東 13.0%、東海 4.0%、中国四国 4.0%） ○海外　長期滞在型の欧米系外国人の宿泊シェアが低いが、多くは県内の高野山や熊野に宿泊しているため、期待できる。（令和元年宿泊実績：欧米系シェア 8.5%） ○取組方針 ○国内　特に関東圏には、大阪に隣接しておりアクセスがよく、自然豊かで癒される街としてプロモーションを行う。 ○海外　高野山や熊野の玄関口が和歌山市であることを全面的に打ち出し、和歌山市を拠点にしたプランを提案する。
○第３ターゲット層 ○国内　北海道、東北、北陸の若者層（学生、１８歳～３０歳） ○海外　アメリカ、カナダの長期滞在者
○選定の理由 ○国内　比較的温暖な地である和歌山市を活かして北エリアからの観光客増加を図る。 ○海外　和歌山市の姉妹都市との交流を活かし、観光客数の増加を図る。 ○取組方針 ○国内　比較的閑散期に当たる冬季に、本市の温泉を活用し、温かく癒しの旅を提案する。 ○海外　姉妹都市交流（ベイカースフィールド市、リッチモンド市、済州市）をきっかけに、未来の観光客を育てる取り組みを図る。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	・都会にはない安らぎと歴史を、住民誰もが自慢し誇れる癒しのまち

②コンセプトの考え方	・和歌山市は都会である大阪の中心部から１時間の好立地にも関わらず自然があふれ、各地に歴史が融合し、人は穏やかでのんびりしている。 旅人にはそのまちと人の魅力を体感し、癒しを得てもらい、地域住民にはまちの魅力を再発見してもらう。そのためにも住民誰もが自慢し、誇りに思って楽しく暮らすまちづくりに努める。

５．関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。	事業推進部会、理事会、通常総会
	事業推進部会を月に１～２度開催し、外部アドバイザーの意見を参考に当該年度の戦略策定から長期的な Plan を企画・立案する。行政や他団体との連携が必要となる計画や事業についてはその都度協議し、４ヵ月に１度行われる理事会（緊急の場合は臨時理事会も行う）にて審議し情報を共有する。 　取り組みの検証に関しては、決算報告を行う理事会にて発表するとともに、必要に応じて改善策を示し、年に一度開催される通常総会にて全会員に共有
観光客に提供するサービスについて、維持･向上・評価する仕組みや体制の構築	品質保証制度の実施に向け、当協会事務局職員が地域に出向きサービスの品質検証を行う。
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信･プロモーション	地域の観光プラットホームとして様々な情報を集約し、対応できる体制をとるとともに、フェイスブック、インスタグラム、ウェブサイトを利用した効果的なプロモーションを実施する。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

様式１

６．ＫＰＩ（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後３年間における明確な数値目標を記入すること。
※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去３年間の実績も記入すること。

（１）必須ＫＰＩ

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●旅行消費額（百万円）	目標	43,627	48,514	53,400	71,833	80,883	91,010
		(55)	(1,371)	(20,563)	(23,138)	(26,035)	(29,294)
	実績	41,419	46,606	46,497			
		(271)	(2,017)	(2,589)			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	890	990	1,090	1,190	1,290	1,390
		(2)	(135)	(203)	(270)	(350)	(430)
	実績	873	993	1,013			
		(9)	(74)	(95)			
●来訪者満足度（%）	目標	100	100	100	100	100	100
		(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)
	実績	82	82	83			
		調査未実施	調査未実施	調査未実施			
●リピーター率（%）	目標	50	50	50	50	52	54
		(22)	(24)	(24)	(24)	(26)	(28)
	実績	67	72	72			
		調査未実施	調査未実施	調査未実施			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】
和歌山市が平成２７年度に策定した和歌山市産業振興ビジョン及びその具体的な取組をまとめた和歌山市産業振興アクションプランの目標数値を参考に設定。

【設定にあたっての考え方】
●旅行消費額
旅行消費の大部分を占めるのは宿泊費であるため、宿泊客数の前年度との増減率から算出。
●延べ宿泊者数
外国人旅行者の訪日も可能となったため、Ｒ５年にはＲ１年程度まで回復し、その後も段階的に増加すると見込んだ。
外国人旅行者については、Ｒ５年は国際交流の回復を見込み、Ｒ１年の５０%程度、Ｒ６年度は７５%程度、R7年度は１００%の水準を想定。

●来訪者満足度
和歌山市観光課が行う観光客実態調査結果を引用していたが、令和２年からコロナ禍により調査が行われていないため、令和４年度よりＤＭＯで独自に行っている宿泊者アンケートからに算出方法を変更。実績値が元々高い数値であることや、満足度についての目標値は常に１００%を目指すべきと考え設定した。

●リピーター率
和歌山市観光課が行う観光客実態調査を参考にしていたが、令和２年からコロナ禍により調査が行われていなかったため、令和４年度よりＤＭＯで独自に行っている宿泊者アンケートからに算出方法を変更。、来訪者満足度が高いことを考慮し、毎年２%増の目標値を設定。

（２）その他の目標

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●住民満足度（%）	目標	28	31	34	37	40	43
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	28.7	27.2	33			
		(-)	(-)	(-)			
●ウェブサイトアクセス数（千ＰＶ）	目標	900	1,000	1,560	1,660	1,760	1,860
		(-)	(-)	(60)	(70)	(80)	(90)
	実績	520	608	931			
		(-)	(50)	(88)			
●ＳＮＳフォロワー数（件）	目標	4,000	4,400	4,800	5,200	5,600	6,000
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	3,845	4,045	5,139			
		(-)	(-)	(-)			
		(　)	(　)	(　)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値
※各指標項目の単位を記入すること。

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】
当協会が目指すまちは住民が自慢し誇れるまちであるため、観光地としての魅力に対する住民の満足度は重要な指標である。また、観光資源それぞれの注目度を知る指標の一つとして、ウェブサイトへのアクセス数を分析し、ＳＮＳのフォロアー数と併せて、効果的な情報発信を図る。

【設定にあたっての考え方】
●住民満足度
Ｒ５までは和歌山市市政世論調査の「観光地としての魅力」、Ｒ６からは和歌山市インターネットモニターの「観光地としての魅力」に対する満足度の結果を引用。
Ｒ３年度には減少していたが、Ｒ４はイベント等もあったためかＲ２年度と同程度の割合に戻った。コロナ禍が明けたことで市民が楽しめるイベント等も増加していくと考え、次年度以降は３%の増加を目指して目標値を設定。
●ウェブサイトアクセス数
Ｈ２６年度にアクセス数が急増したためインバウンドの増加に合わせて目標値を設定していたが、減少に歯止めをかけられず、令和２年度の実績値を踏まえて目標値を見直し。閲覧状況などの分析を行いながら問題点を洗い出し、ウェブサイトの改修を検討する必要がある。
●ＳＮＳフォロアー数
当協会のＳＮＳについて、フェイスブックのフォロアー数は年々増加しており、Ｒ２年度からはインスタグラムの発信を開始したことから、毎年４００件増の目標値を設定。

７．活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後３年間について、計画年度毎に（１）収入、（２）支出を記入すること。
※現に活動している法人にあっては、過去３年間の実績も記入すること。

（１）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４） 年度	（円） 92,303,354	（内訳の区分例） 【市町村からの補助金】 22,802,000 【市町村からの受託】 7,561,000 【会費】 5,473,000 【収益事業】 50,939,740 【雑収入】 5,527,614
2023（Ｒ５） 年度	（円） 107,391,847	（円） 【市町村からの補助金】 23,149,000 【市町村からの受託】 8,138,000 【会費】 5,330,000 【収益事業】 64,197,679 【雑収入】 6,577,168
2024（Ｒ６） 年度	（円） 109,015,728	【市町村からの補助金】 24,698,000 （円） 【市町村からの受託】 9,069,000 【会費】 5,213,000 【収益事業】 64,222,087 【雑収入】 5,813,641

様式１

2025（Ｒ７） 年度	（円） 130,568,000	（円） 【市町村からの補助金】 42,496,000 【市町村からの受託】 12,063,000 【会費】 5,291,000 【収益事業】 64,730,000 【雑収入】 5,988,000
2026（Ｒ８） 年度	（円） 130,568,000	（円） 【市町村からの補助金】 42,496,000 【市町村からの受託】 12,063,000 【会費】 5,291,000 【収益事業】 64,730,000 【雑収入】 5,988,000
2027（Ｒ９） 年度	（円） 130,568,000	（円） 【市町村からの補助金】 42,496,000 【市町村からの受託】 12,063,000 【会費】 5,291,000 【収益事業】 64,730,000 【雑収入】 5,988,000

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４） 年度	（円） 85,407,020	（円） 【一般管理費】 9,375,470 【人件費】 27,777,629 【情報発信事業費】 3,349,930 【案内事業費】 760,857 【誘客事業費】 5,365,476 【収益事業費】 38,777,658
2023（Ｒ５） 年度	（円） 103,790,471	（円） 【一般管理費】 8,703,258 【人件費】 29,559,577 【情報発信事業費】 4,560,566 【案内事業費】 667,847 【誘客事業費】 7,524,160 【収益事業費】 52,775,063
2024（Ｒ６） 年度	（円） 105,703,928	（円） 【一般管理費】 9,660,992 【人件費】 30,790,898 【情報発信事業費】 11,697,227 【案内事業費】 845,098 【誘客事業費】 1,356,100 【収益事業費】 51,353,613
2025（Ｒ７） 年度	（円） 130,155,000	（円） 【一般管理費】 10,700,853 【人件費】 32,644,863 【情報発信事業費】 13,107,160 【案内事業費】 882,291

		【誘客事業費】 18,010,833 【収益事業費】 54,809,000
2026（Ｒ８） 年度	（円） 130,155,000	（円） 【一般管理費】 10,700,853 【人件費】 32,644,863 【情報発信事業費】 13,107,160 【案内事業費】 882,291 【誘客事業費】 18,010,833 【収益事業費】 54,809,000
2027（Ｒ９） 年度	（円） 130,155,000	（円） 【一般管理費】 10,700,853 【人件費】 32,644,863 【情報発信事業費】 13,107,160 【案内事業費】 882,291 【誘客事業費】 18,010,833 【収益事業費】 54,809,000

（３）自律的･継続的な活動に向けた運営資金確保の取組･方針

【行政事業の受託や補助による資金確保】
（１）和歌山市からの観光案内業務受託金
（２）公益事業に係る補助金

【自主財源の確保】
（１）会費収入・・・・・観光協会への参画推進により、会費収入増を図る。
（２）自動販売機収入・・和歌山城に設置の自販機や、和歌山駅に設置のコインロッカーによる収入。
【収益事業の拡大・安定化】
（１）観光土産品センター・・土産品の販路開拓等により収益増及び収益の安定化を図る。
（２）体験型商品の販売・・・現在販売している商品の磨き上げ等により販売数の増加を図る。
（３）レンタサイクル事業・・観光案内所でのレンタサイクル事業を継続して行う。
（４）手荷物預かり・・・・・観光案内所での手荷物預かりサービスを継続して行う。

８．観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

和歌山市は、旅行会社や観光客へのマーケティングに基づくプロモーションの実施や、インフラ整備などの観光地域づくりを、一般社団法人和歌山市観光協会と連携し、官民一体となって進めていきます。

９．マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携ＤＭＯ（県単位以外）や地域ＤＭＯと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

【他の地域連携ＤＭＯや地域ＤＭＯとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

地域連携ＤＭＯである（公社）和歌山県観光連盟が開催する県内ＤＭＯ会議（年２回程度）において、協議を行っている。

【区域が重複する背景】

地域連携ＤＭＯの（公社）和歌山県観光連盟は、県全域を対象として事業を行っているため、当協会の対象区域である和歌山市も連盟が対象とする区域と重複する。

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

和歌山県観光連盟は県全域のマーケティングに基づく戦略策定と広域的なプロモーションを行う。当協会は県全体の戦略に沿うとともに、対象区域内の関係者と連携して観光コンテンツの磨き上げや受入体制の整備などの観光地域づくりに引き続き努める。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

県全域の戦略に沿うことで県のブランドを当協会の観光地域づくりにも活かすことができ、県内他市町村への観光客を和歌山市に誘導しやすくなると考える。

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	根木　孝彰
担当部署名（役職）	一般社団法人　和歌山市観光協会
郵便番号	640-8331
所在地	和歌山県和歌山市美園町 5-13-2
電話番号（直通）	073-433-8118
ＦＡＸ番号	073-433-8555
Ｅ－ｍａｉｌ	mail@wakayamacity-tourist.com

１１．関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県･市町村名	和歌山市
担当者氏名	西本　拓馬
担当部署名（役職）	産業交流局　観光国際部　観光課

様式１

郵便番号	640-8511
所在地	和歌山県和歌山市七番丁 23 番地
電話番号（直通）	073-435-1234
ＦＡＸ番号	073-435-1263
Ｅ－ｍａｉｌ	kanko@city.wakayama.lg.jp

（登録）【地域DMO】一般社団法人和歌山市観光協会

様式２

記入日：　令和7年7月31日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】
　和歌山県和歌山市
【設立時期】 昭和28年4月1日（平成28年11月1日一般社団法人化）
【設立経緯】
観光消費喚起のため、観光関係者だけでなく、地域が一体となって旅行者を受け入れる「観光地域づくり」を行う組織が必要となり設立。
【代表者】 尾花　正啓
【マーケティング責任者（CMO）】 庄礼　美宝
【財務責任者（CFO）】 上山　直樹
【職員数】 13人（常勤3人（派遣3人）、非常勤3人、賃金7人）
【主な収入】
　収益事業　64百万円、補助金24百万円、受託事業　9百万円（R6年度決算）
【総支出】
　事業費　96百万円、一般管理費　9百万円（R6年度決算）
【連携する主な事業者】
　和歌山県観光連盟、和歌山市、旅行業者、地元観光団体、漁協、農協、交通事業者、宿泊事業者、観光施設、土産品・観光関連事業者

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

項目		2022（R4）年度	2023（R5）年度	2024（R6）年度	2025（R7）年度	2026（R8）年度	2027（R9）年度
旅行消費額（百万円）	目標	43,627（55）	48,514（1,371）	53,400（20,563）	71,883（23,138）	80,883（26,035）	91,010（29,294）
	実績	41,419（271）	46,606（2,017）	46,497（2,589）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	890（2）	990（135）	1,090（203）	1,190（270）	1,290（350）	1,390（430）
	実績	873（9）	993（74）	1,013（95）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	100（100）	100（100）	100（100）	100（100）	100（100）	100（100）
	実績	82 調査未実施	82 調査未実施	83 調査未実施	—	—	—
リピーター率（%）	目標	50（22）	50（24）	50（24）	50（24）	52（26）	54（28）
	実績	67 調査未実施	72 調査未実施	72 調査未実施	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
国内：京阪神で和歌山市に宿泊可能なアクティブシニア・ファミリー・女性
海外：中国、香港・台湾を中心とした東南アジアの30～50代
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
　リピーター獲得のため、各地域の食を含む観光資源を分析結果に基づいた顧客のニーズに合った磨き上げを行い提供する施策に取り組む。
【観光地域づくりのコンセプト】
　都会にはない安らぎと歴史を、住民誰もが自慢し誇れる癒しのまち

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・観光庁の補助事業などを活用し、地域の観光資源をコンテンツに磨き上げ
・造成済のコンテンツを地域の事業者と共に見直し・改良

【受入環境整備】
・市内2ヵ所の観光案内所の運営
・レンタサイクル
・手荷物一時預かり

【情報発信・プロモーション】
・SNSやWEBを活用した情報発信
・市内・国内物販イベントへの参加
・事業で制作したコンテンツやアート作品のPR動画を作成・配信

【その他】
・観光事業優良従業員表彰を実施
・事業者同士の情報交換を促す懇親会を実施